

# INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS  
AND CONTEMPORARY DESIGN

N° 4 APRILE

APRIL 2013

MENSILE/MONTHLY ITALIA € 8  
A € 16 - B € 15 - CH CHF 20 - D € 19 - E € 14  
F € 15 - GR € 14 - P cont. € 15 - UK £ 12

Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 353/03  
art.1, comma 1, DCB Verona

MONDADORI

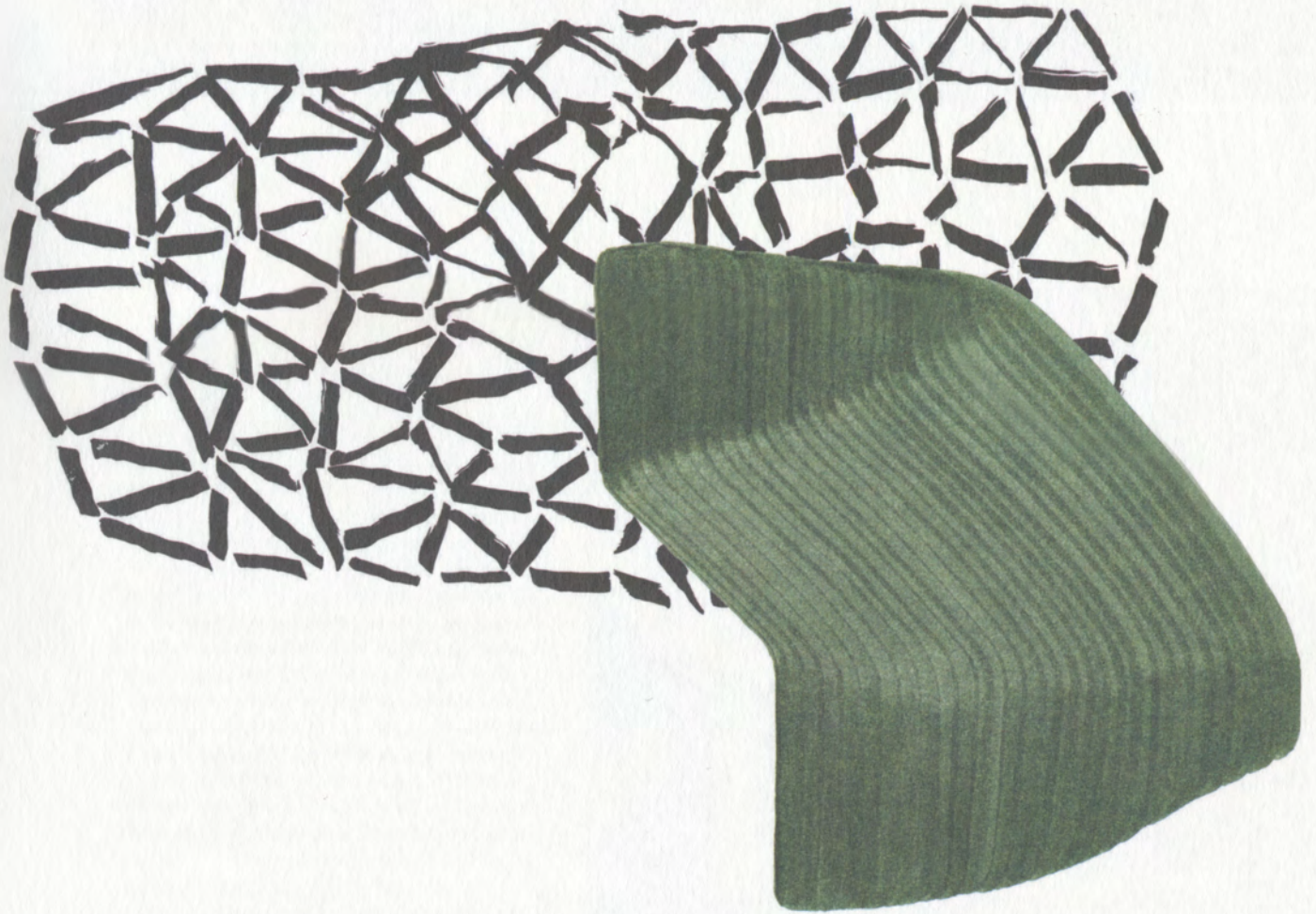


## HYBRID

*FUSION, METISSAGE, GRAFTING:*  
*THE new IDENTITY*  
*OF DESIGN*







Per Intuni - Roman Erwan Bourcellet





UN incontro  
a Parigi  
NELLO STUDIO  
DEI DUE designer  
bretoni MENTRE  
DEFINISCONO  
I DETTAGLI  
DELL'installazione  
CHE, IN OCCASIONE  
DEL FUORISALONE  
DI MILANO,  
RACCONTERÀ  
I NUOVI valori  
DEL trasporto  
SU QUATTRO  
RUOTE

**in  
sgt**



## La BOTTEGA DEI BOUROULLEC

testo di Valentina Croci  
foto di Kira Bunse

**N**on è un'operazione per promuovere l'ultimo modello di macchina elettrica. Dell'auto neppure la traccia. Ronan e Erwan Bouroullec progettano un'installazione per BMW all'interno di un chiostro della Facoltà Teologica di Milano. Non è tanto, o soltanto, un'iniziativa di comunicazione durante la kermesse del FuoriSalone, quanto un metaprogetto sulla mobilità del futuro. È un puro momento concettuale, evocazione della materia e dell'esperienza dell'utente all'interno di un'auto elettrica. I fratelli Bouroullec hanno avuto carta bianca nella progettazione dell'opera e hanno scelto un linguaggio nuovo per il settore dell'auto. Ne parliamo con loro e Benoit Jacob, Head of Design di BMW i.

Bouroullec: "Non eravamo sicuri di essere interessati alla proposta perché non troppo affascinati dal settore dell'auto. Ma ci ha convinto il poter ragionare su nuove idee. Non parliamo infatti di velocità né di 'virilità' dell'auto, ma di questioni più ampie come la mobilità in città o il suono che la macchina emette. Vogliamo concentrarci sull'emozione, la bellezza. Sul rapporto con il paesaggio esterno. Sono occorsi due anni per sviluppare quest'idea con BMW. Non volevano realizzare una concept car ma trovare una possibilità per parlare di movimento in modo poetico."

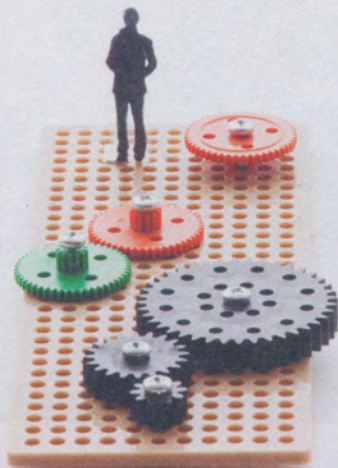
DISEGNI, SCHIZZI E CAMPIONI DI MATERIALI: RONAN ED ERWAN BOUROULLEC METTONO A PUNTO IL PROGETTO QUIET MOTION PER BMW, UN'INSTALLAZIONE CHE RILEGGE IL CONCETTO DI MOBILITÀ SOSTENIBILE BMW I. IN ALTO, DA SINISTRA: BENOIT JACOB, HEAD OF DESIGN BMW I, ERWAN BOUROULLEC E IL FRATELLO RONAN.





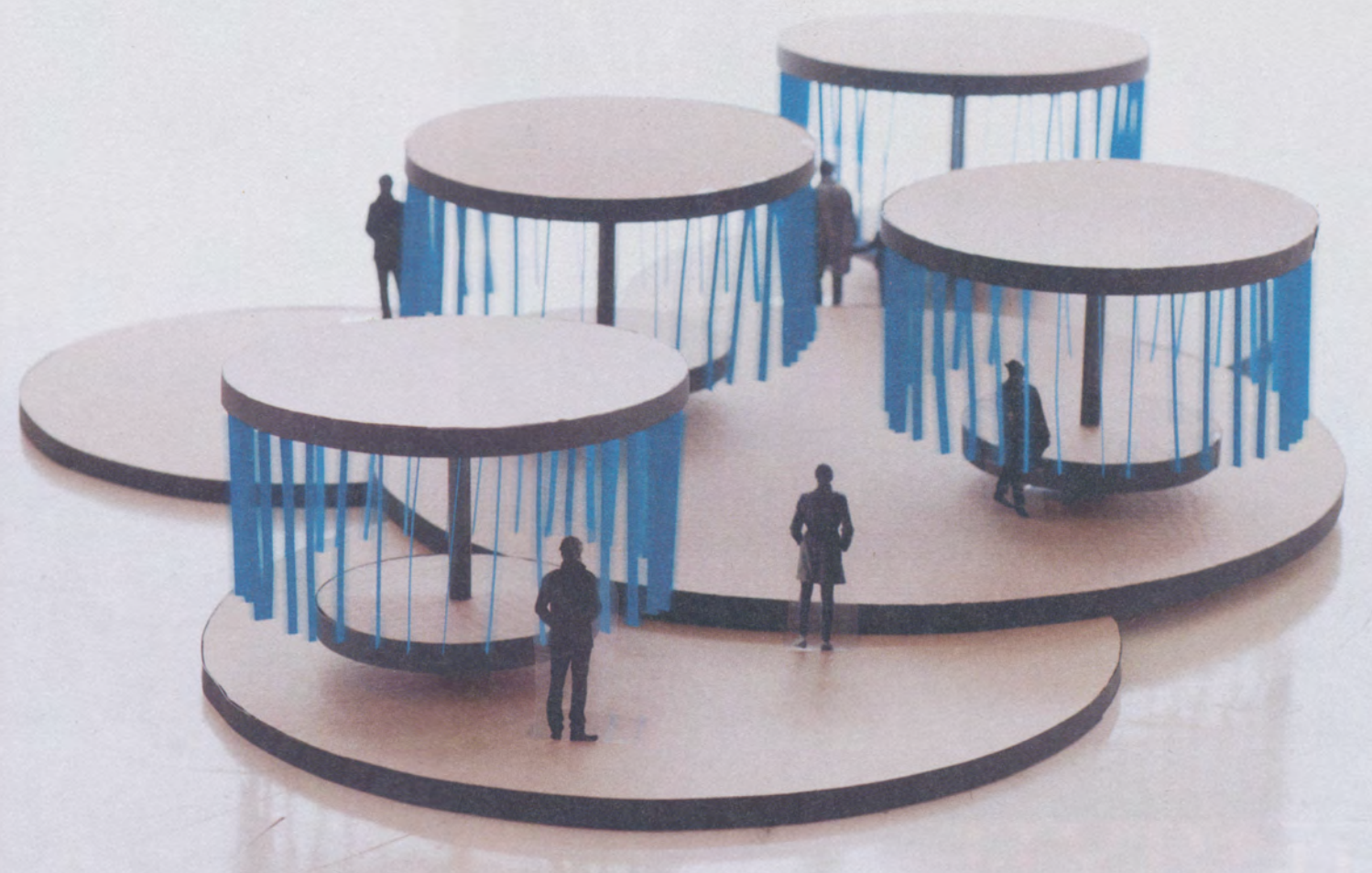


MODELLI IN SCALA DELL'INSTALLAZIONE CHE VERRÀ OSPITATA NEI CHIOSTRI DELLA FACOLTÀ TEOLOGICA DI MILANO, DAL 9 AL 14 APRILE. I MODELLI RACCONTANO L'EVOLUZIONE DEL PROGETTO, NATO DALL'IDEA DEL PARCO TEMATICO E POI APPRODATO A UNA SERIE DI PIATTAFORME ROTANTI CIASCUNA DEDICATA A UN CONCETTO QUALE IL COMFORT O LA CONDIVISIONE. IL MATERIALE PREVALENTE È IL SUGHERO CHE SARÀ FINITO CON I COLORI BRILLANTI DELLE VERNICI PER AUTO. STRISCE DI TESSUTO WATERPROOF DELIMITANO L'AREA SENZA CHIUDERLA.



Apprendoci a caratteri più umani e a domande più ontologiche che vanno al di là della semplice guida. E cambiando il punto di osservazione: per esempio, domandandoci cosa fa una famiglia con l'auto, anziché fermarci all'analisi del mezzo stesso. È un approccio quasi femminile, che investiga l'emozione ed è più centrato sull'uomo e la narrazione che sulle prestazioni del veicolo".

Jacob: "BMW e i Bouroullec fanno mestieri differenti ma entrambi realizzano prodotti che si relazionano con l'utente e mostrano una visione. C'è una ricerca affine sui temi della riduzione e della semplicità. Ci serviva un approccio diverso perché, come è un errore impiantare la tecnologia elettrica nel vecchio mondo produttivo, così per parlare di vetture elettriche è necessario fondare un nuovo linguaggio. È fondamentale affrontare il tema della leggerezza, intesa come eliminazione di complessità e sovrastrutture, e alleggerimento sia in termini fisici che funzionali. La leggerezza è il punto di inizio che individua non soltanto una macchina ma le qualità del movimento. Leggerezza e silenzio, fibra di carbonio e nuova energia propulsiva sono i presupposti qualitativi e i materiali che introducono alla rivoluzione nel mondo dell'auto".



Bouroullec: "Nell'ultimo decennio c'è stato un cambiamento enorme nel concepire gli ambienti. Come il mondo dell'ufficio che si è domesticizzato e il web ha aperto le frontiere dell'ibridazione dei settori, così l'auto si sta muovendo velocemente in territori inesplorati. Per questo è importante trovare un approccio 'primitivo' e immediato, come quello dei bambini, ben predisposto alla sorpresa. La complessità dell'auto deve lasciare spazio all'uso: le macchine, sempre più automatiche, devono diventare più collettive e vicine ai valori del mondo. Nella progettazione dell'auto, lo stesso utilizzatore deve essere reinterpretato. Quindi, non bisogna parlare tanto di sostenibilità legata alle prestazioni del veicolo, quanto di comportamenti che influiscono più della tecnologia applicata".

Jacob: "Questioni tecniche come l'utilizzo di internet, la qualità dell'abitacolo e il rumore sono già state risolte. Tuttavia non si è lavorato molto sui comportamenti degli utenti. Se i programmi di 'cruising' (guida automatica) sono più sofisticati, allora la mera guida sarà secondaria alla percezione dello spostamento. Oppure, se nella megalopoli si trascorrono molte ore negli spostamenti in auto, la qualità dell'ambiente

interno diventa cruciale. Bisogna aggiungere valore a questi momenti di pendolarismo rendendo la macchina un piccolo loft su quattro ruote. È in questa analisi dei comportamenti che l'auto deve aprirsi al product design, perché le persone, che oggi hanno più accesso alla cultura del design, sono più pronte al nuovo. Il progetto che verrà presentato alla Facoltà Teologica di Milano ragiona in questo senso e lancia un messaggio aperto alle personali interpretazioni dei visitatori".

Bouroullec: "Il silenzio è la vera identità della macchina elettrica. E la qualità che deve essere mostrata: non sentire il motore e percepirsi dentro il paesaggio, in modo più simbiotico. Per rendere tangibili i valori legati alla nuova idea di mobilità, inizialmente avevamo pensato a un parco tematico come Disneyland, che poi ha preso la forma di piattaforme rotanti - la poesia del progetto sta proprio nel movimento - che rimandano a concetti come il comfort e la condivisione. Successivamente abbiamo optato per uno spazio centrale che evoca l'esperienza dell'interno dell'auto, ma insolitamente collettiva. Inoltre abbiamo cercato il dialogo con gli spazi della Facoltà Teologica, che è un monastero e una scuola di preghiera e teologia,

al fine di rimandare a idee di quiete e rispetto per l'uomo. La nuova macchina elettrica è ricordata anche attraverso la citazione di materiali quali la fibra di carbonio. Li abbiamo scelti considerando sia l'interno che l'esterno dell'auto, ma usati in modo alternativo e opposto rispetto alla consuetudine. Ad esempio, impieghiamo all'esterno il sughero, materiale prevalente nell'installazione, e tessuti estremamente resistenti. Questi ultimi ridotti in strisce per non rendere l'ambiente chiuso. Anche il tetto della piattaforma rotante, 20x20 metri, è resistente e protettivo ma al contempo leggero. Vogliamo costruire un'atmosfera calma rispetto alla frenesia che ci sarà intorno e conferire un'idea di lentezza. E soprattutto non essere ovvi. Ci auspichiamo che il visitatore sia incuriosito sul perché di quest'installazione per BMW e che sia portato a informarsi senza imporre messaggi o slogan predefiniti".